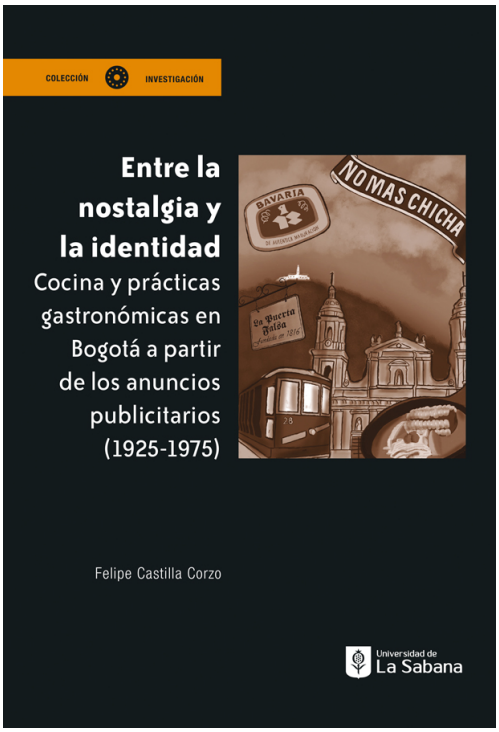

Entre la nostalgia y la identidad

Cocina y prácticas gastronómicas en Bogotá a partir de los anuncios publicitarios (1925-1975)

Por: Felipe Castilla Corzo
Formato: Impreso, Digital
ISBN: 978-958-12-0672-8, 978-958-12-0673-5
Facultad: Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas
Colección: Investigación # 34
DOI: 10.5294/978-958-12-0673-5
Idioma: Español
Número de páginas: 106
Palabras clave: Cocina colombiana, cocineros, Turismo y gastronnómia

$

Reseña del Producto

Las cocinas jamás han sido estáticas, en su transformación influyen la manera como nos relacionamos con los alimentos, el significado que le damos a estos, la disponibilidad de los productos que consumimos, las técnicas de cocción y la forma de presentación de los platos.

En la historia de la gastronomía bogotana, los mensajes publicitarios han incidido en las preferencias alimentarias o de consumo de los habitantes de la capital de la República de Colombia. A partir del análisis de los anuncios publicados en los medios impresos El Tiempo, Cromos y El Gráfico, entre 1925 y 1975, el autor evidencia cómo la cocina bogotana se empapó de múltiples influencias culturales y de oferta de productos, que le permitieron enriquecerse abruptamente.

Información Adicional

- **Peso:** 1 kg
- **Tamaño:** 17 x 23 x 5 cm
- **Sku:** 9789581206735
- **Código topografico:** 641.59861

Tabla de contenido

Agradecimientos
Introducción
1. Consensos discursivos
Hacia una modernización culinaria y el mejoramiento de la “raza” Lugares de encuentro: plazas de mercado
Nación, chefs y expertos
Entre recetarios y políticas de salvaguardia
2. Los medios son el camino

Herencia europea
Los migrantes y sus legados
El globo a la carta
La buena mesa
Entre grilles y parrandas
Chicha, cerveza y licores
Un café o un chocolate, por favor
Conclusión. La tragedia bogotana
Referencias